

El ascenso de los candidatos *outsiders* como consecuencia de las nuevas formas de Comunicación Política y la desafección ciudadana

The rise of outsider candidates as a result of the new forms of Political Communication and public disaffection

Los candidatos *outsiders*, aquellos que se presentan a elecciones sin contar con experiencia en política y al margen de los partidos, son habituales en nuestros días. En el presente artículo se pasa revista a los casos más significativos de los últimos 30 años y se analizan las causas del fenómeno, ligadas a las nuevas formas de Comunicación Política, el infoentretenimiento y la personalización, así como a la pérdida de confianza y desafección de los ciudadanos hacia los políticos por culpa de la crisis y la corrupción, revisando también los posibles riesgos de la generalización de estos candidatos para las democracias.

PALABRAS CLAVE: Candidatos *outsiders*; Candidatos independientes; Candidatos alternativos; Antipolíticos; Comunicación Política; Campañas electorales.

Nowadays the outsider candidates, those who are running for elections without previous political experience and apart from traditional political parties, are common. This article includes a review of the most representative cases within the past 30 years analyzing the causes of this phenomenon, linked to the increase of the new forms of political communication and the promotion of infotainment and personalization, as well as the lack of confidence and public disaffection towards politicians due to the crisis and corruption. On the other hand this article also review the possible risks of the spread of these candidates for democracies.

KEY WORDS: Outsider candidates; Independent candidates; Third-party candidates; Anti-politics; Political communication; Electoral campaigns.

1. Introducción, objetivos y metodología

En los últimos años, y sobre todo desde inicios de los 90, los medios de comunicación vienen subrayando el papel cada vez más importante que están teniendo en las campañas aquellos candidatos que, sin haber hecho carrera en ningún partido y sin tener experiencia en la po-

lítica, se presentan en procesos electorales de distintos países. Y ha sido precisamente en el ámbito periodístico en el que más atención se ha prestado a estos nuevos candidatos, que han sido bautizados con el nombre de *outsiders*, una atención que ha llegado también progresivamente a campos académicos como las Ciencias Políticas o la Comunicación Política.

Este tipo de candidatos no son una novedad en las campañas electorales, pero es verdad que se han hecho más frecuentes en las últimas décadas, coincidiendo con la irrupción de la televisión y la introducción de las nuevas formas de Comunicación Política y también con el creciente ambiente de desafección ciudadana hacia la política tradicional. Y de su relevancia dan buena muestra los resultados que están obteniendo, ganando numerosas elecciones y accediendo así a importantes puestos de responsabilidad.

En definitiva, el auge de los *outsiders* es un fenómeno que no puede verse ya desde una perspectiva meramente circunstancial o anecdótica, como ha ocurrido con frecuencia hasta ahora. La fuerza que están adquiriendo este tipo de candidatos, como se pudo ver en las elecciones españolas de 2015 o se está apreciando también en la campaña presidencial americana de 2016, no parece algo pasajero y, por ello, se hace necesario reflexionar en profundidad acerca de cuál es el origen de este fenómeno, cuáles son las causas que han motivado su relevancia actual y qué consecuencias está teniendo en el ámbito de la Comunicación Política y en el propio funcionamiento de los sistemas democráticos contemporáneos. Porque, entre otras cosas, de la magnitud de estas consecuencias sólo acertamos a ver en la actualidad la punta del iceberg y no será hasta dentro de unos años cuando podamos analizar con detenimiento qué repercusiones ha tenido este auge en nuestros sistemas políticos e, incluso, si esos sistemas, tal como los hemos conocido hasta fechas recientes, estructurados sobre la base de formaciones políticas tradicionales que llevan años protagonizando la alternancia del poder, van a seguir perdurando o no en el futuro.

Estos serán los principales objetivos del presente artículo, que se fundamenta metodológicamente en la revisión de la bibliografía existente sobre el fenómeno de los *outsiders*, así como en el análisis empírico de los casos que se han ido produciendo en los últimos años a través de la observación directa de información periodística.

2. Definición del término *outsider*

Outsider es un vocablo anglosajón que, según los principales diccionarios de lengua inglesa (*Collins, Merriam-Webster, Oxford, Cambridge, Macmillan, Random House, Webster, The American Heritage*), empezó a usarse a principios del siglo XIX como prolongación de *outside* (fuera), utilizándose para designar a quienes venían “de fuera”. Era, por tanto, un enfoque muy ligado a consideraciones geográficas, puesto que se empleaba para referirse a aquellas

personas que no habían nacido en un lugar determinado y, por tanto, eran consideradas como forasteras, extranjeras o no residentes.

Años después, se amplió su significado también a quienes “estaban fuera de un grupo” o “se quedaban fuera”, designando así a aquellos que estaban aislados de las convenciones sociales, bien por decisión propia o porque eran excluidos; a los que pertenecían a otra cultura, etnia o religión; y también a quienes eran ajenos a una cuestión o no tenían conocimiento de ella. En la mayor parte de los casos, esta expresión se usaba con una connotación negativa, con un componente de exclusión o rechazo.

Con el paso del tiempo, el término se fue generalizando y, aunque a veces se sigue empleando con sus significados originales, el uso más habitual en la actualidad es el de aquella persona que no pertenece a un determinado grupo, comunidad, organización o profesión o está excluida de la misma.

Sin embargo, al traducir el vocablo *outsider* a otros idiomas, sigue apreciándose una estrecha vinculación con la noción geográfica original de “venir de fuera”. Así, en español se traduce como forastero, en portugués como *forasteiro*, en italiano como *esterno* (externo) y en francés como *étranger* (extranjero). La única excepción es el alemán, en el que se traduce por *au Benseiter*, que se acercaría más al concepto de “inadaptado”, “descolocado” o “fuera de lugar”.

Esa dualidad entre “venir de fuera” y “estar fuera” se puede apreciar también en la propia definición que el Diccionario de la Real Academia Española hace del vocablo “forastero”. En sus dos primeras acepciones dice que es aquella persona “que es o viene de fuera del lugar” o “que vive o está en un lugar de donde no es vecina y donde no ha nacido”, enlazando por tanto con el sentido más original del término anglosajón. Sin embargo, el diccionario incluye una tercera acepción, en la que se define “forastero” también como “extraño, ajeno”, en definitiva, como alguien que queda fuera de un grupo.

Y aún hay otro significado que, según los diccionarios, puede darse al vocablo *outsider*. A partir de 1836, este término comenzó a utilizarse en los hipódromos para designar al caballo que, en teoría, tenía pocas posibilidades de ganar una carrera, con el que nadie contaba en las apuestas, pero que al final acababa imponiéndose sobre los demás y conseguía la victoria.

3. Definición de candidato *outsider*

No existen suficientes evidencias para determinar con exactitud cuándo empezó a usarse la expresión de candidato *outsider* en la Comunicación Política, pero lo que sí es constatable es que ha acabado por generalizarse entre políticos, consultores, académicos, periodistas e incluso la opinión pública. Y ello a pesar de que no siempre se le dé el mismo significado, puesto que, como

apunta Carreras, “aún no se ha llegado a una definición consensuada del término” (2013: 96).

Para tratar de definir qué puede entenderse por candidatos *outsider*, se puede partir de la base de los significados de los diccionarios apuntados en el epígrafe anterior, que arrojan tres posibles interpretaciones, no excluyentes entre sí. En primer lugar, aquellos candidatos que se presentan a unas elecciones sin tener experiencia previa en la política, procediendo por tanto de fuera de ella, desde otros ámbitos profesionales. En segundo lugar, aquellos políticos que están al margen de las convenciones tradicionales de la política o se muestran contrarios a las mismas, presentándose como una alternativa o una visión crítica a lo establecido. Y, por último, quienes teniendo todo en contra y muy pocas aspiraciones de triunfo en unas elecciones, logran alzarse al final con la victoria.

3.1. *Outsiders* como candidatos sin experiencia previa en la política

En la primera noción, un candidato *outsider* es aquel que se presenta a unas elecciones desde fuera de la política y, por tanto, sin tener experiencia previa en partidos o instituciones. Un criterio que sirve para marcar la diferencia entre candidatos *outsiders* y candidatos *insiders*, es decir, aquellos que sí proceden de la política, que son denominados como “políticos profesionales”.

Esta es la definición más generalizada entre quienes han analizado este fenómeno. Para Corrales, por ejemplo, son “aquellos candidatos a presidente que no tienen experiencia electoral previa y no tienen gran experiencia en administración pública” (2008: 5). Según García Montero, son aquellos candidatos “ajenos a la política” (2001: 52). Martín Salgado los define como “profesionales que entran en la política y no políticos profesionales” (2002: 65). En opinión de Borja (2012) son “quienes, estando fuera de los cuadros partidistas y de la vida pública activa de un país, participan por primera vez como candidatos en un proceso electoral”. Para Pastor, “es un individuo que viene de fuera del sistema de partidos y de la sociedad política, con un prestigio ganado en otra actividad, diferente de la política” (2012: 393). Y de la misma opinión son también Samuels y Shugart (2010).

Desde esta perspectiva, a veces se usa también este concepto para designar a un candidato que es nuevo o que se presenta por primera vez. Sin embargo, es importante clarificar que si bien todos los *outsiders* son nuevos en la política, no todos los nuevos son *outsiders*, ya que su característica principal no es tanto la novedad como el hecho de que procedan de fuera de esta actividad.

Pero ¿qué significa exactamente “proceder de fuera de la política”? ¿Hay algunas vías que regulen cómo se accede a ella? Lo normal en cualquier profesión es que el acceso a las mismas esté regulado, es decir, que se exija superar unos determinados estudios o que incluso se necesiten algunos filtros previos como un examen, una autorización administrativa o una colegiación. Sólo cumpliendo estos requisitos se puede ejercer y quienes lo hacen sin superarlos son considerados intrusos, habiendo incluso legislación que persigue y castiga

con penas dicho intrusismo profesional.

Nada de esto ocurre en la política, puesto que en ella nadie puede ser considerado como un intruso. Como mucho, las leyes electorales suelen marcar como únicos requisitos alguna limitación de edad o no estar incurso en delitos. Por tanto, podría decirse que todos los que deciden dedicarse a la política o postularse a unas elecciones, en el fondo, proceden en sus inicios de fuera de ella, de otros campos profesionales. En definitiva, todos comienzan siendo *outsiders*, aunque entendemos que esta consideración es demasiado genérica y no permitiría abordar el fenómeno con la profundidad que requiere.

En este contexto, cabría preguntarse también qué lleva a un profesional a dejar su trabajo y dedicarse a la política. Puede haber razones personales vinculadas a la voluntad de servicio público y también a la expectativa de una mejor remuneración económica o prestigio social. Pero hay también razones estructurales que pueden favorecer o no esta salida. Por ejemplo, que el mercado laboral del país sea lo suficientemente flexible como para garantizar la fácil recolocación en el sector privado tras haber desempeñado un puesto público. Aquellos países, como expone Alcántara (2012), en los que esa colocación posterior es más sencilla, porque la experiencia en la administración es bien valorada por las empresas, suelen hacer más fácil que profesionales ajenos a la política dejen sus trabajos y decidan dedicarse a ella. En el caso contrario, habrá quienes tengan miedo a perder su empleo, quedando la política en muchos casos en manos de funcionarios, que no tienen este riesgo, y limitando así la posible incorporación de *outsiders*.

Pero este tipo de debates no se limitan sólo al momento de inicio de la actividad política. En cuanto al momento final, se podría plantear la pregunta de cuánto dura el calificativo de *outsider*. En definitiva, ¿un *outsider* lo es toda su vida o en el momento en el que entra en la política ya deja de serlo? En sentido estricto, y por muy efímero que pueda parecer, deberíamos inclinarnos por esta segunda opción, puesto que en el momento en el que accede a un puesto ya pasa a ser un político más, dentro del sistema establecido. Y, de hecho, así es visto muchas veces por la opinión pública. Lo que ocurre es que esa condición de origen suele acompañarles con frecuencia (sobre todo en los medios de comunicación) durante toda su carrera, muchas veces también porque son ellos mismos los que quieren seguir fomentándola al reportarles buena imagen entre la ciudadanía.

3.2. *Outsiders* como candidatos alternativos y ajenos a los partidos tradicionales y al *establishment* político

Una segunda acepción de *outsider* es aquella que habla de estar fuera de las convenciones tradicionales. Esta noción se ha analizado con detenimiento en el campo de la sociología, identificando a los *outsiders* como aquellas personas desviadas socialmente que están al margen de las reglas establecidas (Becker, 2009). Y también en el mundo del arte, en el que

desde hace años se viene hablando del *outsider art*, que en español se suele traducir por “arte marginal”, aunque como apunta Volpe (2013), esta traducción no es del todo precisa. Si bien el término *outsider art*, siguiendo la noción sociológica, empezó a usarse para referirse a obras de personas consideradas al margen del sistema social, excluidas o con problemas (como drogodependientes, personas internadas en psiquiátricos o con demencia, reclusos, personas en riesgo de exclusión social...), la realidad desde hace unas décadas es que con este término se hace referencia prioritariamente a aquellos artistas que no siguen las convenciones o normas estéticas habituales, que están fuera de los círculos artísticos o del considerado “arte oficial” o que son autodidactas. Por tanto, la traducción “arte marginal” no responde enteramente a la realidad del concepto de *outsider art*.

Sí parece haber habido un mayor acomodo a la hora de traducir al español el vocablo en otros campos, como *outsider music*, *outsider cinema* o *outsider journalism*, puesto que en estos casos se habla de música, cine o periodismo “independientes” o “alternativos”, hechos por gente que no forma parte de la industria o de los medios tradicionales.

Aplicado a la política, podría preguntarse entonces si candidato *outsider* puede traducirse también como candidato independiente o candidato alternativo. Con respecto a la primera acepción, el concepto “candidato independiente” (*independent candidate* o *nonpartisan candidate*) ha encontrado amplia difusión entre la comunidad académica, política y periodística en los últimos años. Con este término se suele hacer alusión a aquellas personas que deciden postularse a un cargo público al margen de las listas de un partido establecido. Por tanto, desde esta perspectiva un *outsider* sería aquel candidato sin experiencia en la política que crea una nueva formación al margen de las tradicionales para lanzar su nominación, tal como defienden Weyland (1993), Linz (1994), Kenney (1998), Barr (2009), Seawright (2011) y Carreras (2013). Sin embargo, cabe anotar también que esta etiqueta de independientes y, por tanto, de *outsiders*, se suele dar igualmente a aquellos que procediendo de fuera de la política se presentan dentro de las listas de un partido tradicional pero sin estar afiliados al mismo, apareciendo expresamente como independientes en las papeletas de voto, tal como permiten muchas legislaciones electorales (entre ellas, la española). O incluso a aquellos que se afilian justo en el momento de concurrir a las elecciones.

En cuanto a la posible traducción como candidatos alternativos, con esta denominación se hace referencia a dos tipos de políticos. En primer lugar, aquellos que se consideran ajenos al *establishment* oficial. Por ejemplo, en Estados Unidos se suele emplear el término *Washington outsiders* para designar a aquellos candidatos que llegaron a la presidencia sin haber pasado previamente por la capital (como Roosevelt, Wilson, Hoover, Clinton o George W. Bush, entre otros). La calificación de *outsider* no se aplica aquí, por tanto, a quienes proceden de fuera de la política (muchos de ellos habían sido previamente gobernadores en sus Estados y, por tanto, ya ejercían esta actividad), sino a quienes no han sido miembros del que es considerado como centro del poder político del país, bien el Congreso o el Gobierno federal (Bull, 2012).

Pero en segundo lugar, también se aplica esta calificación de candidatos alternativos a quienes en su ideario incluyen una fuerte crítica a ese *establishment* político tradicional, a la vieja política o la “casta” (como ha popularizado Podemos en España), culpándoles de haber provocado los males que acechan al país y de ser incompetentes para resolverlos (Linz, 1994). Y esto les lleva a atribuirse para sí mismos el papel de auténticos representantes de los ciudadanos y agentes del cambio, presentándose, como afirma García Montero, como “la encarnación de la voluntad popular” y “los salvadores de la nación” (2001: 52). Esto es lo que ha hecho que a veces se les denomine también con el calificativo de candidatos cívicos o candidatos ciudadanos, porque surgen además muchas veces de movimientos ciudadanos o de la sociedad civil, y también como antipolíticos (Kenney, 1998; Bélanger, 2004).

En esta concepción, la etiqueta de *outsiders* se estaría empleando no sólo para los que vienen de fuera sino también para candidatos que, aun habiéndose dedicado durante buena parte de su vida a esta actividad, se presentan con ansias renovadoras o rupturistas con respecto al orden establecido.

Es el caso, entre otros, de la española Rosa Díez, que tras 30 años en el PSOE fundó en 2007 el partido UPyD, en el que se reivindicó como una *outsider* que iba a conseguir romper el bipartidismo que había dominado la política española desde la Transición (Ortega-Ruiz y Luque-Castillo, 2012). También el del aspirante demócrata Bernie Sanders en Estados Unidos que, aunque lleva dedicado a la política desde los años 70, se presenta a sí mismo (y así titula sus memorias) como “un *outsider* hacia la Casa Blanca” (Sanders y Gutman, 2016). Es el caso igualmente del que fuera presidente de Uruguay de 2010 a 2015, José Alberto Mujica, y del líder del Partido Laborista británico Jeremy Corbyn, miembro de la Cámara de los Comunes desde 1983 (Pickard, 2015). Y, echando la vista atrás, cabe recordar también que Margaret Thatcher, primera ministra británica de 1979 a 1990, basó buena parte de su discurso en presentarse como una *outsider* con respecto a la política que se había practicado en su país en el pasado por parte de unos dirigentes que ella consideraba desfasados, cobardes y acomodados (King, 2002).

Y en este mismo contexto de candidatos *outsiders* como antipolíticos, algunos incluyen asimismo a las formaciones que se presentan como antisistema o con clara vocación insurgente o contestataria, como partidos de ideología extrema, tanto de izquierda como de derecha, algunos incluso con tendencias abiertamente antidemocráticas.

3.3. *Outsiders* como aspirantes con pocas posibilidades de victoria

La tercera noción de candidato *outsider* tiene que ver con la aplicación de este término al campo de las carreras de caballos. Siguiendo esta acepción, a veces se usa el calificativo de *outsider* en la política para definir a aquellos candidatos que, teniendo todo en contra, siendo poco conocidos o no contando con el apoyo oficial de sus partidos, acaban ganando una

nominación. No se hace referencia tampoco aquí de forma exclusiva a candidatos que proceden de fuera de la política, sino también a miembros de una formación que deciden presentarse a un puesto en una carrera en la que nadie les augura ningún éxito, a veces porque lo hacen rechazando la corriente mayoritaria o las directrices de la dirección (Busch, 1997). En Estados Unidos, estos candidatos han recibido también el nombre de *dark horse* (Steger, 2007; Trent y Friedenberg, 2008) y, a veces, de *underdog* (Goldschmied y Vandello, 2009).

En la política americana, el concepto de *dark horse* empezó a utilizarse a mediados del siglo XIX, aludiendo a James K. Polk como su primer ejemplo práctico. Este político pasó de ser un completo desconocido, con quien nadie contaba, a convertirse en el candidato demócrata en las elecciones de 1844 y posteriormente presidente (Mayo, 2006). Y algo similar le ocurrió también a Jimmy Carter, que cuando se postuló a las primarias demócratas para las elecciones de 1976 apenas era conocido entre el electorado y, además, competía con aspirantes mucho más populares y poderosos que él. Sin embargo, con una campaña que le presentaba en todo momento como un “candidato-ciudadano”, ganó la nominación y, posteriormente, se impuso también en las elecciones al presidente republicano Gerald Ford (Glad, 2009).

En el caso español, también a veces se ha empleado el término *outsider* para hacer referencia a este fenómeno. Ha sido el caso de Pedro Sánchez, secretario general del PSOE y candidato a la presidencia en las elecciones de 2015, que consiguió este puesto lanzando su campaña desde abajo, sin ser uno de los candidatos oficiales y con muchas dudas iniciales acerca de sus posibilidades (Castro, 2014). Lo mismo le ocurrió a Josep Borrell, que ganó las primarias del PSOE para ser candidato a la presidencia del gobierno en las elecciones del 2000, venciendo a la candidatura oficial (y, sobre el papel, favorita) de Joaquín Almunia (Kennedy, 2013). Y también a un desconocido hasta entonces José Luis Rodríguez Zapatero cuando se aupó a la secretaría general socialista en el año 2000 (Calamai y Garzia, 2006).

4. Tipología y casos prácticos de candidatos *outsiders*

A la hora de intentar una clasificación de este tipo de candidatos, podrían proponerse diferentes criterios. Por ejemplo, la estructura con la que se presentan a unas elecciones (si lo hacen dentro de un partido ya existente o si, por el contrario, crean en torno a sí una plataforma nueva); el tipo de ideología que defienden (izquierda, centro o derecha); sus propuestas de cambio (reformistas o rupturistas); su posición con respecto a los partidos establecidos (diferenciando, como hace Kenney (1998), entre tolerantes con el resto de formaciones o abiertamente anti-partidos); e incluso la seriedad o no de la candidatura (distinguiendo entre aquellos que tienen una intención real de dedicarse a la vida pública y quienes usan esta plataforma únicamente para darse publicidad y ganar notoriedad para su

figura o sus negocios).

Pero de todos los posibles criterios, quizá el que con mayor claridad permite establecer una tipología de candidatos *outsiders*, y que está vinculado con la primera de las acepciones que se suelen dar a este término, es el lugar de donde proceden, es decir, cuál era su actividad principal antes de dar el salto a la política. Y es éste precisamente el criterio que más suele usarse por parte de los medios de comunicación cuando se informa sobre estos candidatos.

En este campo, tanto los periodistas como los expertos en Comunicación Política han tendido a hacer una clasificación en base a dos grupos principales. En primer lugar, aquellas personas procedentes del mundo del espectáculo o del entretenimiento (gente del mundo del cine o la televisión, presentadores, actores, cantantes, deportistas, humoristas, modelos, famosos del corazón y hasta concursantes de *reality-shows*...) (West y Orman, 2003). Y en segundo lugar, todos aquellos profesionales que, gozando de prestigio en su profesión de origen y, por tanto, siendo vistos como un modelo en la sociedad, deciden dar el salto a la política y de los que se espera que apliquen en ella el buen hacer que han mostrado en el ejercicio de sus respectivas profesiones (empresarios, banqueros, jueces, economistas, periodistas, intelectuales, profesores, militares, activistas sociales...).

De ambos grupos se han producido numerosos ejemplos en los últimos años. Sin ánimo de ser exhaustivos, pero con el interés de dejar constancia de esta amplia casuística y, por tanto, del auge que han cobrado este tipo de candidatos en la política contemporánea, se proponen a continuación ejemplos destacados de ambas categorías de *outsiders* en base al seguimiento de informaciones periodísticas en el periodo 1990-2016.

4.1. *Outsiders* procedentes del mundo del espectáculo

Actores y gente del mundo del cine: Ronald Reagan, gobernador de California y después presidente de Estados Unidos, es quizá el caso más paradigmático de candidato *outsider* procedente del mundo del celuloide. Pero ha habido otros muchos casos más en distintos países: Shirley Temple (la niña prodigio de Hollywood, que fue elegida congresista por el Partido Republicano en 1967); Clint Eastwood (alcalde de Carmel-by-the-Sea, su localidad natal, de 1986 a 1988); Glenda Jackson (laureada actriz británica, ganadora de dos Oscars, que en 1992 dio el salto a la política de la mano del Partido Laborista, con quien ha sido parlamentaria); Fred Thompson (conocido por su papel en la serie "Ley y Orden", que fue candidato en las primarias republicanas estadounidenses de 2008); la italiana Gina Lollobrigida (candidata al Parlamento Europeo en 1999); los principales actores de la serie de televisión Ramanaya en la India, con audiencias de 650 millones de espectadores, que fueron reclutados como candidatos por el Partido Nacionalista Hindú en las elecciones parlamentarias de 1991; Joseph Estrada (ex actor e ídolo de multitudes que se convirtió en presidente de Filipinas en 1998, a pesar de haber sido acusado durante la campaña de bebedor, mujerie-

go y jugador); Arnold Swartzeneger (elegido gobernador de California en 2003); Fernando Poe Jr. (otro conocido actor en Filipinas, apodado como el “John Wayne” nacional, que se lanzó también al ruedo electoral y que a punto estuvo de ganar las elecciones de 2004 a la presidenta Gloria Macapagal Arroyo); Mircea Diaconu (uno de los actores más célebres en Rumanía, que ha sido senador y ministro de Cultura y que, en 2014, fue elegido diputado europeo) y, en España, Toni Cantó (diputado por UPyD y Ciudadanos), Pilar Bardem (candidata por IU en las europeas de 2004); la directora y guionista Ángeles González-Sinde (ministra de Cultura entre 2009 y 2011) y Juanjo Puigcorbé (número 2 de ERC a la alcaldía de Barcelona en 2015). Y ha habido también otros casos de actores y actrices como Warren Beatty, Val Kilmer, George Clooney, Ben Affleck o Angelina Jolie que han manifestado su deseo de postular a la política, aunque hasta ahora no lo han hecho.

Personalidades del deporte: Sebastian Coe (mediofondista británico, diputado del Parlamento de 1992 a 1997); Pelé (futbolista brasileño tres veces campeón del mundo que fue ministro de Deportes del país entre 1994 y 1998); Jesse Ventura (especialista en lucha libre que fue alcalde de Brooklyn Park entre 1991 y 1995 y posteriormente gobernador del Estado de Minnesota entre 1999 y 2003); María Isabel Urrutia (levantadora de peso, medalla de oro en los Juegos de Sidney 2000, elegida diputada en Colombia en 2002); los campeones mundiales de rallies Juha Kankkunen y Ari Vatanen (candidatos en las elecciones europeas por Finlandia en 2004); George Weah (jugador de fútbol, Balón de Oro en 1995, que aspiró a la presidencia de Liberia en 2005); Kevin Johnson (uno de los mejores jugadores de la historia de la NBA, que en 2008 fue elegido alcalde de la ciudad de Sacramento, capital de California); Dave Bing (otra de las grandes estrellas de la NBA de los años 70, elegido alcalde de Detroit en 2009); Romario de Souza (futbolista brasileño que fue diputado en el Congreso en 2010 y que en 2014 fue el senador más votado de la historia del Estado de Río de Janeiro); el también futbolista brasileño Bebeto (diputado en la Asamblea Legislativa de Río de Janeiro en 2010); el nicaragüense Alexis Argüello (tres veces campeón del mundo de boxeo, elegido alcalde de Managua en 2008); el futbolista ucraniano Andriy Shevchenko, jugador de equipos como el Milán o el Chelsea (número dos en la candidatura del partido Arriba Ucrania en las elecciones de 2008); su compatriota Vitali Klitschko (campeón mundial de boxeo que fue candidato a las presidenciales ucranianas de 2014 y, posteriormente, alcalde de Kiev); Roman Kosecki (futbolista polaco que desarrolló buena parte de su carrera en equipos españoles como el Osasuna o el Atlético de Madrid, elegido diputado en el Parlamento de Polonia en 2008); Imram Khan (ex capitán de la selección paquistaní de cricket y celebridad nacional, que creó su propio partido en 1996 y ha competido en distintas elecciones, entre ellas las presidenciales de 2013); Manny Pacquiao (boxeador filipino, 14 veces campeón del mundo, que ocupa escaño en el Parlamento de su país desde 2010); Marat Safin (tenista, ex número 1 del mundo de la ATP, diputado en el parlamento ruso desde 2011); Alejandra Benítez (esgrimista venezolana que participó en tres juegos olímpicos y

que fue nombrada Ministra de Deportes del Gobierno de Nicolás Maduro en 2013); Corina Ungureanu (una de las gimnastas más laureadas de la historia de Rumanía, candidata al Parlamento Europeo en 2014); Jon Runyan (jugador de fútbol americano, que fue congresista en Estados Unidos de 2011 a 2015) y Cuauhtémoc Blanco (futbolista mexicano, elegido alcalde de Cuernavaca en 2015).

En cuanto al caso español, se pueden citar los atletas Ruth Beitia (diputada regional por el PP en el parlamento de Cantabria), Marta Domínguez (concejala del PP en el Ayuntamiento de Palencia y después senadora), Abel Antón (también concejal del PP en el Ayuntamiento de Soria y senador), Fermín Cacho (concejal del PSOE en Andújar), el mediofondista Colmán Trabado (diputado del PP en la Asamblea de Madrid) y el marchador Jesús Ángel García Bragado (líder del PP en San Adrián de Besós); la regatista Teresa Zabell (eurodiputada por el PP); el futbolista Miguel Reina (concejal de Deportes del Ayuntamiento de Córdoba, por el PP); el pelotari Titín III (concejal del PP en el Ayuntamiento de Logroño); el piragüista David Cal (en la lista del PP al Ayuntamiento de Pontevedra); los yudocas Miriam Blasco, oro en los Juegos de Barcelona de 1992 (senadora y diputada por el PP) y Carlos Peñas, campeón de Europa y quinto en los Juegos de Atenas 2004 (candidato de Podemos a la Comunidad de Madrid en 2015); los jugadores de la selección española de balonmano Xabier Errekondo (alcalde de Usúrbil entre 2007 y 2011 y diputado y portavoz de Amaiur en el Congreso entre 2011 y 2016) y "Jota" Hombrados (en la lista del PSOE por Ciudad Real); la ciclista Dori Ruano (concejal en el Ayuntamiento de Salamanca por el PSOE) y la expatinadora Eva María Sánchez, subcampeona del mundo y siete veces campeona de Europa (candidata a la Alcaldía del municipio madrileño de Arganda del Rey por UPyD en 2015).

Cómicos: Beppe Grillo (que en las legislativas italianas de 2013 consiguió casi 9 millones de votos y 109 diputados con su Movimiento 5 Estrellas); Jón Gnarr (humorista que fue alcalde de Reikiavik, la capital islandesa, de 2010 a 2014); Tiririca (un conocido payaso y humorista televisivo que en las elecciones parlamentarias brasileñas de 2010 se convirtió en el diputado federal más votado de todo el país); Lagrimita (otro payaso televisivo, esta vez mexicano, que postuló a las elecciones a la alcaldía de Guadalajara en 2015); Juan Luis Cano (componente del dúo humorístico español Gomaespuma, que se presentó en las listas del partido Vecinos por Torreldones en las municipales de 2011); Jimmy Morales (cómico, director y productor de cine, que ganó las elecciones presidenciales de Guatemala en 2015) y Félix Álvarez "Felixusco" (número uno de Ciudadanos por Cantabria en las generales españolas de 2016).

Presentadores de televisión: Silvio Santos (famoso presentador televisivo que estuvo muy cerca de conseguir la presidencia de Brasil en 1989); Ricardo Belmont (otro conocido presentador de televisión de Perú y dueño de uno de los canales televisivos del país, que llegó a convertirse en alcalde de Lima en 1990 y después congresista de la República entre 2009

y 2011) o Jaime Bayly (famoso *showman* que se postuló, sin éxito, para encabezar candidatura en las presidenciales peruanas de 2011).

Cantantes y músicos: Ramón “Palito” Ortega (cantante argentino de los años 60, que fue gobernador de Tucumán entre 1991 y 1995 y senador entre 1998 y 2000); Nana Mouskouri (eurodiputada por Grecia de 1995 a 1999); Gilberto Gil (cantante y compositor brasileño que fue elegido en 2002 ministro de Cultura); José Antonio Labordeta (cantautor español que fue diputado de 2000 a 2008); Rubén Blades (cantautor panameño con cuatro Premios Grammy, más de 20 discos y un total de 26 películas en su haber, que fue nombrado en 2004 ministro de Turismo); Rosa León (concejala por el PSOE en el Ayuntamiento de Madrid de 2004 a 2007); Peter Garrett (vocalista de la banda australiana Midnight Oil, que fue nombrado ministro de Medio Ambiente en 2007); Nacha Guevara (cantante y actriz que formó parte de las listas del partido de Néstor Kirchner en las legislativas argentinas de 2009); Michel Martelly (cantante haitiano que se alzó con la presidencia de su país en las elecciones de 2011) y Youssou N’dour (uno de los cantantes y compositores más populares de África, que intentó competir en las presidenciales de Senegal de 2012 y, posteriormente, fue nombrado ministro de Cultura).

Otros: en esta lista se pueden encontrar también modelos, como Tanja Karpela (nombrada ministra de Cultura de Finlandia en 2003 tras haber sido la parlamentaria más votada), Carmen Kass (candidata al Parlamento Europeo por Estonia en 2004) o Mara Carfagna (bailarina, modelo y miss Italia que fue nombrada ministra de Igualdad de Oportunidades del gobierno de Silvio Berlusconi en 2008). También toreros (como José Luis Moreno, en la lista del PP al Ayuntamiento de Córdoba en 2015), astronautas (como el italiano Franco Malerbe, en las europeas de 2004) y exconcursantes de *reality-shows*, como los participantes españoles de *Gran Hermano* Pedro Oliva (candidato por el Partido Aragonés Regionalista en distintos comicios municipales) y Carlos Navarro, conocido como “El Yoyas” (que se presentó a la Alcaldía de la localidad barcelonesa de Vilanova del Camí en las municipales de 2015, obteniendo acta de concejal), algo que ha ocurrido también con otros participantes de *Gran Hermano* en países como Polonia. Y un largo etcétera de personajes populares de distinto tipo, como las actrices porno Cicciolina en Italia (que llegó a ser diputada nacional), Dolly Buster (candidata al Parlamento Europeo por la República Checa en 2004) o Jacqueline Avisse en Francia; la *drag queen* Olivia Jones (candidata en 2004 a la alcaldía de la ciudad alemana de Hamburgo); en España las televisivas Yola Berrocal (candidata a la Alcaldía de Marbella en 2006 con un partido propio), Carmen de Mairena (número dos por el CORI en las autonómicas catalanas de 2010) o la *celebrity* Carmen Lomana (en las listas de VOX al Senado en las elecciones de 2015); o candidatos disfrazados de personajes de ficción o superhéroes, como Darth Vader, de *Star Wars* (nominado como candidato del Partido de

Internet en las presidenciales de Ucrania de 2014), Gaurav Sharma (candidato en las elecciones de Mumbay de 2012 vestido durante toda la campaña de Spiderman) o Arquires de Souza (el Batman en las elecciones legislativas brasileñas de 2014).

Pero en esta lista, hay incluso un sitio reservado para candidatos animales. Perros, gatos o burros que han aparecido en la arena política con gran repercusión mediática a nivel mundial por lo anecdótico de sus propuestas y la crítica que conllevan hacia la clase política, cuyas candidaturas en muchos casos han sido rechazadas por las juntas electorales pero que, en otros, sí han logrado postularse. Entre ellos se encuentran los gatos Hank (candidato a las elecciones al Senado de Estados Unidos por el estado de Virginia en 2012), Tuxedo Stan (candidato a la alcaldía de la ciudad canadiense de Halifax en 2012) y Morris (candidato a la alcaldía de la capital del estado mexicano de Veracruz en 2013); los burros Marko (candidato en las elecciones locales búlgaras de 2011) y Don Burro (en las elecciones legislativas de 2014 en Costa Rica); y los perros Stefano en Italia (que con su Partido de la Rabia se convirtió en símbolo de los indignados del país en 2012) y Saussice en Francia (candidato en las elecciones locales de Marsella en 2001, con el 4,5% de los votos, y aspirante fallido a las presidenciales francesas de 2002).

4.2. *Outsiders* procedentes de otras actividades profesionales

Escritores: como el caso de los premios Nobel de Literatura Mario Vargas Llosa (candidato a la presidencia de Perú en 1990) y José Saramago (en las listas del Partido Comunista portugués para las elecciones al Parlamento Europeo de 2009); Álvaro Pombo (candidato por UPyD al Senado español en las elecciones de 2008 y 2011); César Antonio Molina (ministro de Cultura de España entre 2007 y 2009 y diputado); Ángeles Caso (candidata por Podemos en Asturias en las elecciones autonómicas españolas de 2015); Marta Rivera de la Cruz (candidata de Ciudadanos al Congreso en 2015); el poeta Luis García Montero (candidato de IU a la presidencia de la Comunidad de Madrid en 2015); el escritor y filósofo Fernando Savater (candidato al Senado por UPyD en las elecciones españolas de 2015); o Alfred Bosch (diputado en 2011 y candidato a la Alcaldía de Barcelona en 2015).

Abogados, fiscales y jueces: Antonio Di Pietro (fiscal general célebre por las investigaciones que llevó a cabo en los años 90 contra la corrupción en Italia, que ha sido senador, euro-parlamentario, diputado y ministro en distintos gobiernos) y, en España, los jueces Baltasar Garzón (candidato por el PSOE en las elecciones de 1993), Juan Alberto Belloch (ministro de Justicia e Interior entre 1993 y 1996, alcalde de Zaragoza, senador y diputado), Elpidio Silva (candidato en las europeas de 2014), Manuela Carmena (elegida alcaldesa de Madrid en 2015), Victoria Rosell (diputada por Podemos en el Congreso en 2015) y el fiscal Carlos

Jiménez Villarejo (elegido eurodiputado por Podemos en 2014).

Periodistas: Fernando Collor de Mello (presidente de Brasil de 1990 a 1992); Violeta Chamorro (presidenta de Nicaragua de 1990 a 1997); Lilly Gruber (presentadora estrella del telediario de la RAI, candidata por Italia en las europeas de 2004); Mario Ferreiro (presentador del informativo televisivo de mayor audiencia de Paraguay que aspiró a la presidencia en las elecciones de 2012); Luis Herrero (periodista radiofónico elegido eurodiputado en las elecciones de 2004), Irene Lozano (diputada de UPyD y luego del PSOE); Uxue Barkos (diputada en el Congreso español entre 2004 y 2015 y posteriormente presidenta de Navarra), Stavros Theodorakis (fundador del partido To Potami en las elecciones griegas de 2015); o Fernando Delgado y Carmen Amoraga (números 2 y 3, respectivamente, en la candidatura del PSOE en las autonómicas de la Comunidad Valenciana de 2015).

Empresarios: Ross Perot (candidato en las presidenciales estadounidenses de 1992 y 1996); Rafiq al-Hariri (primer ministro de Libano en dos ocasiones); Larry Flynt (magnate de la pornografía, candidato a gobernador de California en 2003); Silvio Berlusconi (primer ministro de Italia en tres ocasiones); Michael Bloomberg (alcalde de Nueva York entre 2002 y 2013); Mijail Projorov (multimillonario que creó una nueva plataforma para competir contra Putin en las elecciones presidenciales rusas de 2012); Horacio Cartes (presidente de Paraguay desde 2013); Andrej Babis (multimillonario líder del partido Ciudadanos Descontentos que, en 2013, y con el eslogan “no somos políticos, nosotros trabajamos”, se alzó con el segundo puesto en las elecciones checas, a menos de dos puntos de los socialdemócratas); Rui Moreira (empresario sin partido que, encabezando un movimiento ciudadano independiente, se alzó con la Alcaldía de Oporto en 2013); Mauricio Macri (que alcanzó la presidencia de Argentina en 2015); Slim Riahi (conocido como el “Berlusconi tunecino” y presidente del mayor club de fútbol del país, candidato en las legislativas de Túnez de 2014); Kim Dotcom (fundador y dueño del portal de descargas Megaupload, candidato en las generales de Nueva Zelanda de 2014); Donald Trump (candidato presidencial americano en 2016) y, en España, José María Ruiz Mateos (diputado del Parlamento Europeo entre 1989 y 1994), Jesús Gil (alcalde de Marbella de 1991 a 2002), Mario Conde (candidato a la presidencia del gobierno por CDS en las elecciones generales del año 2000 y a la presidencia de Galicia por Sociedad Civil y Democracia en 2012) o Joan Laporta (presidente del F.C. Barcelona que llegó a ser diputado en el parlamento de Cataluña y concejal en el Ayuntamiento de Barcelona).

Profesores universitarios, investigadores y científicos: Alberto Fujimori (rector de la Universidad Nacional Agraria, que se convirtió en presidente de Perú en 1990); Antanas Mockus (profesor de filosofía y matemático, dos veces alcalde de Bogotá y candidato a la

Presidencia de Colombia en 2006 y 2010); Michael Ignatieff (catedrático en Harvard y la Universidad de Toronto, que lideró la candidatura a la Presidencia de Canadá en 2011 por el Partido Liberal); Miro Cerar (profesor de Derecho Constitucional sin experiencia política que ganó las elecciones eslovenas de 2014 con un partido creado tan sólo seis semanas antes de los comicios); los líderes de Podemos Pablo Iglesias (profesor de la Universidad Complutense de Madrid) y Pablo Echenique (científico titular del CSIC); o la catedrática Marta Martín (candidata por Ciudadanos en 2015).

Economistas: Alejandro Toledo (que a su condición de economista sumaba sus orígenes campesinos e indígenas, y que fue elegido presidente de Perú en 2001); Rafael Correa (presidente de Ecuador desde 2006); Manuel Pizarro (que saltó de la presidencia de ENDESA a la candidatura del PP en las elecciones generales españolas de 2008); Franco Parisi (ingeniero, profesor y presentador de programas en radio y televisión sobre cuestiones económicas, que quedó en cuarto lugar en las presidenciales chilenas de 2013) y Luis Garicano (directivo en la London School of Economics que postuló en las listas de Ciudadanos en las elecciones generales españolas de 2015).

Activistas de movimientos sociales: Evo Morales (sindicalista y dirigente indígena, que ascendió a la presidencia de Bolivia en 2005); Rigoberta Menchú (líder indígena, Premio Nobel de la Paz en 1992, dos veces candidata a la presidencia de Guatemala); Fernando Lugo (ex obispo y líder de la organización Resistencia Ciudadana, que llegó a la Presidencia de Paraguay en 2008); Arvind Kejriwal (líder del movimiento anticorrupción de la India que se convirtió en jefe de gobierno de Nueva Delhi en 2013); o Ada Colau (una de las fundadoras de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca, que se convirtió en alcaldesa de Barcelona tras las elecciones municipales de 2015).

Militares: a lo largo de la historia, muchos miembros de las Fuerzas Armadas han decidido dar el salto a la política presentándose a elecciones. En el caso concreto de Estados Unidos, como apunta Sachs (2016), fueron de hecho el primer tipo de candidatos *outsiders* que optaron a la presidencia. Se pueden encontrar ya antecedentes como los de George Washington, Hitler, De Gaulle o Juan Domingo Perón, pero uno de los más destacados es el de Eisenhower, al ser precisamente el primer candidato en utilizar las nuevas técnicas del Marketing Político en la campaña estadounidense de 1952 (Maarek, 1997). Ya en épocas más recientes, ha habido otros casos como Hugo Chávez (Venezuela), Lucio Gutiérrez (Ecuador), Ollanta Humala (Perú) y, en España, José Julio Rodríguez (ex jefe del Estado Mayor del Ejército y candidato por Podemos en las generales de 2015) y Zaida Cantero (candidata por el PSOE también en 2015).

Otros: la lista de profesiones desde las que han surgido candidatos *outsiders* podría ser

mucho más amplia, sobre todo en elecciones locales de municipios de pequeño tamaño, donde la profesionalización de la política y la existencia de cuadros partidistas es más limitada, en muchos casos porque en estos lugares estos cargos no están remunerados y deben continuar con sus trabajos. En estos casos, los partidos suelen recurrir a personas con reconocimiento en esos pueblos, muchos de ellos sin experiencia previa, que pueden ser maestros, comerciantes, agricultores, pequeños empresarios... Se ha dado el caso también de miembros de la Iglesia (sacerdotes o monjas) que han dejado sus hábitos de forma temporal o definitiva para concurrir a unas elecciones, como el caso anteriormente citado de Fernando Lugo en Paraguay o los de Luis Hernández (el conocido como "cura rojo", que fue alcalde de la localidad barcelonesa de Santa Coloma de 1979 a 1991), Bernardo Hoyos (elegido alcalde de Barranquilla, Colombia, en 1991), José Luis Torres (alcalde de la localidad malagueña de Cómpeta en 2007) o la monja catalana Teresa Forcades, promotora de la plataforma independentista "Procés Constituent a Catalunya".

5. Las razones del éxito de los *outsiders* en el nuevo escenario de la Comunicación Política

La creciente aparición y éxito de candidatos *outsiders* en diferentes países del mundo, como se ha expuesto en el epígrafe anterior, está íntimamente relacionada con la generalización de las nuevas formas de Comunicación Política, especialmente desde la irrupción del medio televisivo en Estados Unidos a mediados del siglo XX.

Antes de la llegada de este medio, la política se entendía como algo abstracto, más centrada en el apoyo a un determinado partido, a una institución o a unas ideas. Los ciudadanos tenían pocas oportunidades de observar directamente a los candidatos más allá de las fotografías que podían aparecer en los periódicos y revistas o si decidían acudir a actos públicos o mítines, en los que los candidatos empezaron a ser cada vez más visibles con la generalización del ferrocarril y luego del avión, medios de transporte que les permitieron hacer campaña por todo el país (Martín Salgado, 2002).

Pero fue la televisión la que cambió definitivamente este modelo, porque los ciudadanos pudieron familiarizarse con la imagen de los candidatos, que se hicieron omnipresentes a través de las cuatro esquinas de la pantalla televisiva. Empezó entonces un fenómeno que ha sido denominado como de personalización o humanización progresiva de la política (Dader, 1990; Berrocal, 2003; Adam y Maier, 2010), que ha tenido efectos muy destacados en la forma de plantear la Comunicación Política y también en la decisión de voto de los ciudadanos.

Votar a la persona y no al partido o a la ideología se ha vuelto cada vez más común (Wattemberg, 1991). Se vota a un líder en el que se confía y eso hace que los partidos centren

cada vez más sus estrategias en presentar una imagen lo más cercana y humana posible de esos candidatos. Y eso llevó también a que cada vez se conozcan más detalles de la vida privada de los políticos (sus familias, sus aficiones...) en un proceso que Holtz-Bacha (2003) ha descrito como el paso de la "personalización" a la "privatización" de la política.

Ese modelo americano de política "personalizada" o "privatizada", que progresivamente se ha ido extendiendo a todo el mundo (Rodríguez Andrés, 2012), es precisamente una de las principales razones que han aupado a los candidatos *outsiders*. Una política en la que la figura del líder centra la atención es mucho más propensa a que aparezcan candidatos cuyo único reclamo sea su figura, su personalidad, su trayectoria y su reconocimiento social. Esto se ha visto de una manera muy destacada en países con regímenes presidencialistas, como Estados Unidos, pero ha acabado llegando también a países con elecciones parlamentarias, especialmente aquellos con sistemas partidistas débiles o poco consolidados, en los que todo se dirime igualmente en función del liderazgo y carisma de los candidatos. Algo a lo que está contribuyendo también la progresiva generalización en los partidos de elecciones primarias y listas abiertas, procesos que favorecen también la personalización (Alcántara, 2012).

Además, no hay que olvidar que el estilo preferente de cobertura electoral por parte de los medios sigue ciñéndose a la denominada "carrera de caballos", un modelo en el que no importa tanto explicar los temas de campaña como comprobar en cada momento qué competidor va ganando o perdiendo en la carrera por ganar las elecciones. Un modelo, por tanto, que se centra una vez más en una visión personalista de la política.

A esto debe añadirse un factor más, también asociado a la televisión. Este medio ha propiciado que la política se haya ido acercando cada vez más al mundo del entretenimiento y el espectáculo. Es el ya célebre infoentretenimiento (Schultz, 2012) o política pop (Mazzoleni y Sfondini, 2009), es decir, la espectacularización de la política. La política y, en especial, las campañas electorales, se han convertido en grandes espectáculos de masas donde lo más importante es captar la atención de la televisión y eso se ha conseguido copiando el modelo de este medio, en el que lo interesante prima más que lo importante.

Este modelo trajo consigo también que cada vez fuera más frecuente que los candidatos recurrieran para sus campañas a figuras del mundo del espectáculo y del entretenimiento (Schroeder, 2004), unas figuras que finalmente no se conformaron con ser simples apoyos de los políticos sino que decidieron también dar el salto a la política activa y presentarse como candidatos, con una gran cantidad de ejemplos como los que aquí se han expuesto.

Pero a la personalización de la política y la generalización del infoentretenimiento se ha unido un factor más, que ha contribuido decisivamente también al auge de los *outsiders*. Este ha sido el progresivo ambiente de desafección hacia la clase política tradicional.

Esta desafección ha venido provocada por elementos como la crisis económica y, sobre todo, la aparición de numerosos casos de corrupción, que han terminado de socavar su imagen y prestigio. Sus fallos e incompetencias, por tanto, han fomentado la explosión del

fenómeno *outsiders*. Según Cerna, “factores políticos tales como el desgaste de los partidos políticos tradicionales junto al mal desempeño de las elites políticas, la corrupción y la desconfianza de los ciudadanos en las instituciones políticas, inciden en la emergencia y la victoria electoral de candidatos *outsiders*” (2012: 117). Se ha producido un creciente descontento ciudadano hacia los considerados “políticos profesionales”, lo que ha llevado a una crisis de representación, ya que los electores se muestran atraídos por personajes que no tienen experiencia política, puesto que esa falta de experiencia es considerada como algo positivo (Alcántara, 2012). Estos motivos estuvieron detrás del colapso de los partidos tradicionales y la aparición de *outsiders* en numerosos países de Latinoamérica en los años 90 (Corrales, 2008; Cerna, 2012; Seawright, 2012), un fenómeno que se ha extendido también a otros muchos países en la actualidad, entre ellos España, en donde pudo verse con especial incidencia en las elecciones generales de 2015.

Los candidatos *outsiders* han venido a corroborar que, en la política actual, ya no es una ventaja el contar con un extenso currículum de servicio público en distintos cargos de responsabilidad en administraciones o partidos, alterando así las nociones tradicionales de liderazgo en la política. Se tiende a pensar que los políticos son una elite que sólo piensa en sí misma y en mantener sus privilegios y precisamente por eso los ciudadanos ya no tienen buen concepto de los que han hecho de la política una profesión, sin haber tenido experiencia profesional previa lejos de la política, prefiriendo a gente que ha mostrado su éxito en otros campos (Hogan, 2007). Como afirma Innerarity, “de las carencias de los políticos se benefician los diversos populismos que presentan para solucionar los problemas políticos a quienes han acreditado estar en condiciones de solucionar otro tipo de problemas, de tipo empresarial o judicial por ejemplo, o son líderes en el mundo de la comunicación” (2002: 13).

Esta situación está provocando incluso que partidos y políticos que podrían considerarse como tradicionales, por llevar muchos años en la actividad pública, estén intentando ocultar su condición de cara al electorado con diversas estrategias comunicativas, con el objetivo de sortear ese rechazo, o que hayan tomado la decisión de incluir en sus listas a estos nuevos candidatos para dar imagen de renovación.

Es el caso, por ejemplo, de Hillary Clinton, que ante el avance de su candidato rival Bernie Sanders, llegó a decir durante las primarias demócratas a la presidencia (en una entrevista a la CBS en septiembre de 2015) que ella era la auténtica *outsider* de la campaña, porque iba ser la primera mujer en convertirse en presidenta, desvinculándose a la vez del *establishment* de Washington. Y también el de François Hollande, que durante la campaña presidencial francesa de 2012 se presentó en todo momento como el “presidente normal”, como un ciudadano más, modesto, sencillo y alejado de la soberbia con la que calificaba a su rival Sarkozy.

Podría darse una última razón para explicar el éxito de los candidatos *outsiders*, que es una mezcla de los factores apuntados hasta ahora y que enlaza directamente con cuestiones relativas al manejo de la Comunicación Política. Estos políticos resultan muy atractivos

para los medios (sobre todo, las televisiones) y, por tanto, cuentan con mucha atención por su parte. Voluntaria o involuntariamente, los medios se han convertido en los principales aliados de los *outsiders*. Son para ellos un producto novedoso, que saben dar titulares, usan un lenguaje directo, fácil de entender e incisivo, manejan conceptos y propuestas que todo el mundo comparte (lo que les lleva muchas veces a ser calificados como populistas) y, sobre todo, tienen un relato muy atractivo. Un relato fuertemente emocional que, recurriendo a modelos clásicos de la propaganda, identifica unos “malos” o culpables de todo (los políticos tradicionales, la elite o la vieja política) y, en contraposición, una “nueva política” esperanzadora y honesta, surgida de la base, de los ciudadanos, que se presenta como salvación para los problemas que afectan al país y como encarnadora del cambio. De hecho, como apunta Busch, “el cambio es una promesa central de los *outsiders*” (1997: 2). Un relato, además, que les permite fácilmente desarrollar campañas negativas o de ataque, tan frecuentes en las nuevas formas de Comunicación Política y tan del gusto de los medios (Rodríguez Andrés, 2012). Un relato, por último, que ha descolocado a los partidos tradicionales, porque les ha sacado de su terreno de juego y les ha obligado a ir a contracorriente, a la defensiva, negando las acusaciones que se les lanzan y, con ello, entrando de lleno en la retórica del rival, a la que han acabado de dar legitimidad.

En definitiva, estos nuevos candidatos generan interés y ello lleva a que cuenten con una sobreexposición mediática que muchas veces está muy por encima de su verdadera representación o fuerza pero que, a la postre, resulta muy efectiva para ellos, porque contribuye de forma rápida y eficaz a aumentar su nivel de conocimiento entre los públicos. Un buen ejemplo de este tirón mediático es la candidatura de Donald Trump en 2016. Como afirma Oz, “gracias a Donald Trump las grandes cadenas estadounidenses están batiendo récords de audiencia” (2016: 69), con lo que el candidato y las televisiones se acaban retroalimentando mutuamente. Y también el de Podemos en España, cuyo líder Pablo Iglesias fue reclamado en sus orígenes por numerosas televisiones para entrevistas y tertulias, con grandes índices de audiencia, lo que ayudó a aumentar su notoriedad (Avizanda, 2015; Sampedro, 2015), un efecto del que se benefició también posteriormente el líder de Ciudadanos, Albert Rivera.

6. Los riesgos de una política centrada en la figura de los *outsiders*

Con su éxito en los últimos años, los candidatos *outsiders* han propiciado la creación de una nueva cultura política entre los ciudadanos, mucho más exigente con la clase política, demandando más transparencia, participación y cercanía, y no tolerando comportamientos y privilegios que quizá en algún momento fueron considerados como normales, algo que

ha acabado afectando a todos los políticos, tanto nuevos como viejos. Han contribuido también a que públicos alejados de la política hayan vuelto a conectar con esta actividad y que se haya despertado cierta conciencia social y un ambiente de movilización ciudadana.

Sin duda, éste ha sido el lado más positivo de la generalización de los *outsiders* en política. Pero, en los últimos años, se vienen subrayando también algunos riesgos, con los que concluiremos este artículo.

El primero de ellos tiene que ver con la capacitación de estos políticos para desempeñar un puesto como el de presidente o primer ministro o para nombrar equipos de gobierno sólidos. Este riesgo suele ser subrayado, sobre todo, por parte de los políticos tradicionales, como forma de intentar contrarrestar el avance de los *outsiders* y de hacer valer, desde un punto de vista corporativista, la importancia de la experiencia para desempeñar estos puestos. “¿Queremos que nos gobierne gente que nunca ha sido elegida para nada –apuntaba Hillary Clinton en la entrevista en la CBS apuntada anteriormente–, que no tiene experiencia política, que nunca ha tomado elecciones duras en la arena política? Los electores van a tener que decidir también sobre eso”. A este respecto, Carreras ha constatado que “los presidentes *outsiders* no tienen un equipo de gobierno listo para asumir los diferentes cargos en el gabinete cuando resultan elegidos”, lo que conduce a que sus ministros tengan “menos experiencia política” (2013: 96). Y a ello se une también la crítica a sus programas y propuestas electorales, muchas veces demasiado imprecisas como para desarrollar con ellas un programa estable de gobierno y otras veces, basadas en medidas populistas que son muy difíciles de cumplir.

Un segundo riesgo, al que aluden también a modo de defensa los políticos tradicionales, es que los *outsiders* están conduciendo al colapso del sistema de partidos y, con ello, a parlamentos muy polarizados y fragmentados, con enormes dificultades para formar gobiernos sólidos. Y a ello se une que, según su opinión, los nuevos partidos que vienen a sustituir a los antiguos son muy frágiles al girar casi en exclusiva alrededor de la figura del líder *outsider*. Cuando el líder decide retirarse, muchos de ellos no logran sobrevivir, lo que es fuente de inestabilidad. A este respecto, algunos autores, como Cerna, han acuñado la expresión de “partidos-taxi”, para referirse a aquellas formaciones cuyo objetivo se basa únicamente “en convertirse en vehículos electorales para facilitar el éxito de un candidato con liderazgo personalista”, pero que no logran perdurar en el tiempo (2012: 139). Y de la misma opinión es Carreras, al apuntar igualmente que estos candidatos “llegan al poder a través de partidos que son poco más que vehículos electorales para sus ambiciones personales” (2013: 96).

El tercer riesgo es el de sobredimensionar el personalismo, el hiperliderazgo y el populismo en la política, algo más propio en principio de los sistemas autoritarios que, sin embargo, está potenciándose cada vez más en las democracias. Por eso hay quien apunta, como Carreras, que “el acceso al poder de *outsiders* es considerado como uno de los peligros del presidencialismo” (2013: 96).


Un cuarto riesgo, sobre todo en el caso de *outsiders* procedentes del mundo del entre-

tenimiento y de aquéllos que plantean las campañas como una forma de autopromoción comercial o personal, es el de banalizar la actividad política, convirtiéndola en una suerte de circo mediático. Esta banalización ha podido explicar la presentación de *frikis* de todo tipo e incluso de animales apuntada anteriormente, pero también que la política se haya convertido incluso en un *reality-show* en algunos países, habiendo creado concursos televisivos que premian a los ganadores con la posibilidad de ser el próximo *outsider* y presentarse a cargos públicos. Este fue el caso de dos cadenas americanas (FX de Estados Unidos y América TV de Argentina), que en el año 2002 pusieron en marcha sendos concursos para buscar entre los ciudadanos de sus respectivos países candidatos a la presidencia (*La Vanguardia*, 26 de septiembre de 2002). En el año 2004 la productora Showtime lanzó también otro *reality show* para buscar candidato a las elecciones norteamericanas de ese año (*El Mundo*, 25 de enero de 2004), lo mismo que una cadena de televisión australiana y el canal británico ITV que, bajo el título común de "Vótame", pusieron en marcha sendos programas de televisión para encontrar, como rezaba la publicidad de estos espacios, al político del futuro (*El Mundo*, 16 de agosto de 2004; *La Razón*, 10 de enero de 2005).

Y, para concluir, cabría hacer una reflexión final. ¿Es el fenómeno *outsider* algo efímero o ha llegado para quedarse? ¿Durarán estos candidatos más allá de este momento de crisis de la política? La experiencia dice que estos candidatos no son algo estrictamente novedoso, como se apuntó al inicio de este artículo. Incluso en aquellos países en los que surgieron en momentos de fuerte crisis y con numerosos casos de corrupción, como ha ocurrido en distintos países latinoamericanos, se ha podido comprobar que los partidos tradicionales siguen teniendo muchas dificultades para alcanzar los niveles de representación que tenían en el pasado y que los *outsiders* se han convertido en habituales. Y no parece tampoco que vaya a haber cambios profundos en la forma de plantear la Comunicación Política, aún muy dependiente de la televisión, que seguirá fomentando modelos de infoentretenimiento y personalización tan propicios para que sigan surgiendo este tipo de candidatos.

A este respecto, resulta interesante atender a la reflexión de Montero y Torcal (2006) sobre la diferencia entre el mero descontento o desencanto con la política y la desafección. El desencanto hace referencia a una insatisfacción con el sistema o con los políticos, generalmente cuando se muestran incapaces de resolver los problemas que acechan al país. No hay en este descontento un cuestionamiento de la legitimidad democrática y, por tanto, puede entenderse como algo coyuntural y pasajero, ligado muchas veces a la propia evolución de la economía. Sin embargo, la desafección va más allá, porque en ella el desencanto se transforma en alejamiento hacia el sistema, desinterés y cinismo ante lo que es considerado como un engaño. Y estos sentimientos, además, son más estables en el tiempo y mucho más difíciles de combatir.

Ha sido precisamente en este ambiente de desafección en el que los *outsiders* han hecho fortuna, al hacerse con el voto de castigo de muchos ciudadanos hacia los partidos

tradicionales y presentarse como la solución a todos los problemas. Si efectivamente lo logran, habrán contribuido a superar esa desconexión entre política y ciudadanos. Pero si fracasan, si al llegar al poder la opinión pública los asimila con los políticos tradicionales porque acaban adquiriendo sus mismos vicios y formas de actuar, si no consiguen cumplir sus promesas de cambio y regeneración, se producirá entonces una desilusión entre buena parte del electorado que vendrá a ahondar aún más ese ambiente de desafección, lo que sin duda será negativo para las democracias. 

Bibliografía / Bibliography

- ADAM, S. y MAIER, M. "Personalization of politics: a critical review and agenda for research". En SALMON, C.T. (ed.). *Communication Yearbook* 34. Londres: Routledge, 2010, pp. 213-258.
- ALCÁNTARA SÁEZ, M. *El oficio de político*. Madrid: Tecnos, 2012.
- AVIZANDA PÉREZ, María. "Salsa Roja: Podemos como programa revelación de la temporada televisiva". *Teknokultura*, 2015, vol. 12, n° 1, pp. 147-152.
- BARR, Robert R. "Populists, outsiders, and anti-establishment politics". *Party Politics*, 2009, vol. 15, n° 1, pp. 29-48.
- BECKER, Howard S. *Outsiders: hacia una sociología de la desviación*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2009.
- BÉLANGER, E. "Antipartyism and third-party vote choice: a comparison of Canada, Britain and Australia". *Comparative Political Studies*, 2004, vol. 37, n° 9, pp. 1.054-1.078.
- BERROCAL, S. "La personalización en la política". En BERROCAL, S. (coord.). *Comunicación Política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel, 2003, pp. 55-79.
- BORJA, Rodrigo. *Enciclopedia de la política, tomo II* [en línea]. México: Fondo de Cultura Económica, 2012 [Consulta: 2 febrero 2016]. <<http://www.enciclopediaelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=o&idind=1117&termino=>>>.
- BULL, Peter. "Watch dogs or guard dogs? Adversarial discourse in political journalism". En BERLIN, Lawrence N. y FETZER, Anita (eds.). *Dialogue in politics*. Filadelfia: John Benjamins Publishing Company, 2012, pp. 69-89.
- BUSCH, Andrew. *Outsiders and openness in the presidential nominating system*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1997.
- CALAMAI, Marco y GARZIA, Aldo. *Zapatero: il socialismo dei cittadini*. Milán: Feltrinelli Editore, 2006.
- CARRERAS, Miguel. "Presidentes outsiders y ministros neófitos: un análisis a través del ejemplo de Fujimori". *América Latina Hoy*, 2013, n° 64, pp. 95-118.
- CASTRO, Raimundo (2014): "El candidato 'outsider' a la secretaría general del PSOE" [en línea]. En *CuartoPoder*, 2014. [Consulta: 20 febrero 2016]. <<http://www.cuartopoder.es/lospasosencontrados/2014/05/30/el-candidato-outsider-la-secretaria-general-del-psoe/2832>>.
- CERNA VILLAGRA, Sarah. "La senda del outsider: factores que explican la emergencia de candidatos exógenos al sistema de partidos en Perú y Paraguay". *Estudios Paraguayos*, 2012, vol. XXIX y XXX, n° 1 y 2, pp. 117-146.
- CORRALES, Javier. "Latin America's Neocaudillismo: ex-presidents and newcomers running for President... and winning". *Latin American Politics and Society*, 2008, vol. 50, n° 3, pp. 1-35.
- DADER, J.L. "La personalización de la política". En MUÑOZ ALONSO, A.; MONZÓN, C.; ROSPIR, J.I. y DADER, J.L. *Opinión pública y Comunicación Política*. Madrid: Eudema, 1990, pp. 351-367.
- GARCÍA MONTERO, Mercedes. "La década de Fujimori: ascenso y mantenimiento y caída de un líder anti-político". *América Latina Hoy*, 2001, n° 28, pp. 49-86.
- GLAD, Betty. *An outsider in the White House*. Londres: Cornell University Press, 2009.
- GOLDSCHMIED, Nadav y VANDELLO, Joseph A. "The advantage of disadvantage: underdogs in the political arena". *Basic and Applied Social Psychology*, 2009, vol. 31, n° 1, pp. 24-31.
- HOGAN, M. "Anti-political sentiment in contemporary liberal democracies". *Australian Review of Public Affairs*, 2007, n° 8, pp. 1-18.
- HOLTZ-BACHA, Christina. "Comunicación Política: entre la privatización y la espectacularización". *Diálogo Político*, 2003, n° 1, pp. 137-154.
- INNERATITY, D. *La transformación de la política*. Barcelona: Península, 2002.
- KENNEDY, Paul. *The Spanish Socialist Party and the modernization of Spain*. Manchester: Manchester University Press, 2013.
- KENNEY, Charles D. "Outsider and Anti-Party Politicians in Power: new conceptual strategies and empirical evidence from Peru". *Party Politics*, 1998, vol. 4, n° 1, pp. 57-75.

- KING, Anthony. "The outsider as political leader: the case of Margaret Thatcher". *British Journal of Political Science*, 2002, vol. 32, n° 3, pp. 435-454.
- LINZ, Juan J. "Presidential or parliamentary democracy: does it make a difference?". En LINZ, Juan J. y VALENZUELA, Arturo (eds.). *The failure of presidential democracy: comparative perspectives*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1994, pp. 3-90.
- MAAREK, Philippe J. *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós, 1997.
- MAYO, Louise A. *President James K. Polk: the dark horse president*. Nueva York: Nova History Publications, 2006.
- MAZZOLENI, G. y SFARDINI, A. *Política Pop*. Bolonia: Il Mulino, 2009.
- MONTERO, José Ramón y TORCAL, Mariano. *Political disaffection in contemporary democracies*. Londres: Routledge, 2006.
- ORTEGA-RUIZ, Manuela y LUQUE-CASTILLO, Francisco Javier. "Leading the people against the status quo within the status quo: outsiders, opportunists and old friends" [en línea]. *Paper presentado en el XXII World Congress of Political Science* (Madrid), 2015 [Consulta: 1 enero 2016]. <http://paperroom.ipsa.org/papers/paper_14907.pdf>.
- OZ, Luis. "Primarias locas". *El Mundo*. Abril 3, 2016, p. 69.
- PASTOR NEYRA, Milton O. "Los outsiders en el Perú". *Lex*, 2012, vol. 10, n° 10, pp. 392-409.
- PICKARD, Jim. "UK politics: an outsider inside" [en línea]. *Financial Times*. Septiembre 18, 2015. [Consulta: 5 marzo 2016]. <<https://next.ft.com/content/8dbf0124-5d67-11e5-9846-de406ccb37f2>>.
- RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto. "Los efectos de la 'americanización' de las campañas electorales del mundo". *Tribuna Norteamericana*, 2012, n° 8, pp. 28-38.
- SACHS, Gabriel M. "The success of outsider candidates" [en línea]. *Purdue Liberal Arts*, 2016. [Consulta: 6 febrero 2016]. <<https://www.cla.purdue.edu/academic/history/course/debate/opeds/oped-gabriel.html>>.
- SAMPEDRO, Víctor. "Podemos, de la invisibilidad a la sobre-exposición". *Teknokultura*, 2015, vol. 12, n° 1, pp. 137-145.
- SAMUELS, David J. y SHUGART, Matthew S. "Insiders and Outsiders: Madison's Dilemma and Leadership Selection". En SAMUELS, David J. y SHUGART, Matthew S. (eds.). *Presidents, Parties and Prime Ministers*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010, pp. 62-93.
- SANDERS, Bernie y GUTMAN, Huck. *Un outsider hacia la Casa Blanca*. Madrid: Foca, 2016.
- SCHULTZ, D. *Politainment: the ten rules of contemporary politics*. USA: Amazon, 2012.
- SCHROEDER, A. *Celebrity-in-Chief*. Boulder: Westview Press, 2004.
- SEAWRIGHT, Jason. *Feeling like a change: affect, uncertainty, and support for outsider parties*. Evanston: Northwestern University Press, 2011.
- SEAWRIGHT, Jason. *Party-system collapse: the roots of crisis in Peru and Venezuela*. Stanford: Stanford University Press, 2012.
- STEGER, Wayne P. "Who wins nominations and why? An updated forecast of the presidential primary vote". *Political Research Quarterly*, 2007, vol. 60, n° 1, pp. 91-99.
- TRENT, Judith S. y FRIEDENBERG, Robert V. *Political campaign communication*. Nueva York: Rowman and Littlefield Publishers, 2008.
- VOLPE, Giovanna. *Arte Outsider: aproximación a la construcción artística de las manifestaciones creativas al margen del sistema del arte*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra, 2013.
- WATTENBERG, Martin P. *The rise of candidate-centered politics*. Cambridge: Harvard University Press, 1991.
- WEYLAND, Kurt. "The rise and fall of president Collor and its impact on Brazilian democracy". *Journal of Inter-American Studies and World Affairs*, 1993, vol. 35, n° 1, pp. 1-37.
- WEST, D.M. y ORMAN, J. *Celebrity politics*. Upper Saddle River: Prentice-Hall, 2003.